



近日,郑州市工商行政管理局、郑州市消费者协会公布了2006年度消费者投诉统计分析。

一、手机类

2006年度共受理手机类投诉2163件,比2005年1983件增长了9%,涉及品牌有CECT、摩托罗拉、诺基亚等73家,该类投诉存在的主要问题有:

- 质量问题
手机质量不合格,存在通话质量差、按键失灵、死机、自动关机、电池待机时间短或寿命短、充电器无法充电或充电后达不到说明书标明的使用期限等问题。
虚假宣传
部分经营者通过虚假宣传误导消费者,片面夸大手机的某项功能或做出引人误解的虚假表示。
部分经营者销售水货、翻新、贴牌手机,或更换原厂配件,以次充好,以假充真。
经营者不履行“三包”责任或故意规避“三包”义务。

部分经营者和售后服务单位维修人员素质差,不按国家规定履行“三包”义务,以“使用不当”等原因推诿责任,不按照规定提供备用机,退、换机时以手机磨损或包装损坏为由收取不合理折旧费,维修质量不合格,或通过不提供、不按规定填写维修记录的方式规避“三包”责任。

二、日用百货类

2006年度共受理该类投诉1919起,比2005年2411起减少了20%,主要为服装和鞋类投诉,其中服装类投诉592起,鞋类投诉403起。

- 该类投诉存在的主要问题有:
质量问题
如服装购买后短期内出现起球、开线现象,洗涤后掉色、缩水,鞋子掉浆、起皮、断裂等。
部分经营者经营行为不规范
以打折商品、处理商品的名义,先提高商品原价再打折,把一些小加工厂生产的低价劣质服装贴上自己的牌子打折或者趁机销售不合格或有瑕疵的商品,拒绝承担相应责任。
服装标示不准确
对服装面料、成分、产地、含量等内容标注虚假或不准确内容,服装尺码标注不统一,洗涤方式标示不清。
进行虚假承诺
有些商家销售员在销售服装时口头承诺“不起球、不掉色、不缩水”等,可一旦出现问题就不承认事先做出的承诺或以消费者洗涤不当为由推托责任。

三、家用电子电器类(不含手机)

2006年共受理该类投诉1283起,比2005年2180起减少了41%,其中空调器类投诉225件(2005年受理607件,比去年同期减少63%),涉及志高、美的、奥克斯等品牌33家,电视机类投诉177件(2005年受理286件,比去年同期减少38%),涉及长虹、康佳、TCL等品牌17家。
洗衣机类投诉116件(2005年受理105件,比去年同期增长10%),电冰箱类投诉107件(2005年受理204件,比去年减少



热卖:
掀开今春家电消费第一页
14版

3·15维权
擦亮眼睛看保险
15版

共建和谐消费 满意百分百

河南移动客户换位体验服务流程

3月10日,来自不同行业的移动客户来到纬三路营业厅移动客户服务中心,与工作人员进行流程穿越换位体验活动。随后,这些客户还与移动服务明星面对面交流,欣喜地感受着移动公司的各种服务项目和便捷的服务流程。

客户感言——

换位体验让我们更理解她们

经过换位体验后,体验者们深有感触。退休干部王先生说:“通过这次体验活动,我感到移动公司的服务很细致。我发现虽然很少的人会在晚上办理移动业务,但是移动公司为了方便客户,仍然推出了24小时不间断的服务项目,体现了中国移动网络无处不在,服务无处不在。”

针对客户宋先生提出的垃圾短信的问题,河南移动客户服务部副总经理杨永新解释到:“去年河南移动主动开展了治理垃圾短信、净化手机屏幕的专项治理活动,推出了专项治理七大举措来遏制垃圾短信。为了净化手机屏幕,营造绿色手机文化,移动公司还开通了垃圾短信投诉专线。”



客户现场体验便捷的网上营业厅服务

河南移动——

努力营造和谐消费环境

日前,河南移动在全省推出了“满意100”服务十项举措及七项细节改善内容,业务办理挑战3分钟、总经理接待日等有声色的举措得到了社会大众的鼓励和肯定。2007年1月15日,河南移

动又启动了包括启用新版入网协议、全面实施“收费误差,双倍返还”等八项服务承诺。

此次河南移动举办流程客户互动体验活动和“满意100”服务明星座谈会,目的是希望体验者们通过和服务明星们的交流和换位体验,了解他们对服务的感受。同时,将认真听取体验者们的意见,去改进完善细节,进一步为客户

服务明星——

用户的满意是对客户工作最大的肯定

“我深深的感受到,服务工作是一个细致的工作,真心的对待客户,以诚心换取客户的满意,服务工作只有起点没有终点,用户的满意才是我们工作最大价值的体现。”来自河南移动郑州分公司新郑营业部人民路营业厅的服务明星董燕燕这样说。

服务明星冯雪艳是河南移动客户服务中心热线一室四星级座席代表:“我来到10086已经有5年了。我觉得我的工作就是帮助客户,满足客户的通信需求,做到客户百分百的满意。”

我们看到,河南移动为客户开通了多种电子渠道办理业务和便捷的缴费方式,通过在员工内部举办“争做服务明星”、“技能比武”等活动来提升前台服务人员的业务素质,提供快捷、周到的移动通信服务,使客户真正百分百满意。

李红霞



3·15特别报道: 奏响和谐消费乐章

本报实习记者 赵 颖

今年“3·15”中消协提出的主题是“消费和谐”,旨在营造全社会诚信经营、理性消费、依法维权和公平有序的消费环境。

47%),涉及容声、冰熊、西门子等品牌22家。热水器类投诉52件(2005年受理95件,比去年减少45%),涉及家家乐、创尔特、圣普等品牌23家。

- 该类投诉存在的主要问题有:
产品质量不合格
售后服务不完善,24小时服务等承诺无法履行。
经营者不履行“三包”责任。
部分商家利用消费者不熟悉“三包”规定的弱势地位,不按照国家规定履行“三包”义务,该退不退,该换不换,收取不合理费用,或通过不提供维修记录的方式规避“三包”责任。
从业资质缺乏规范管理,培训不到位,维修人员技术不合格。
虚假宣传
部分经营者销售产品时利用容易引人误解的宣传内容来吸引消费者。

四、自行车、电动车类

2006年度受理自行车(含电动车)类投诉519件,比2005年度957件减少46%。涉及品牌87家,投诉量前10名排名如下:1.洪都、2.苏杰、3.阿米尼、4.永久、5.世纪鸟、6.飞鸽、7.菲利普、8.裕兴、9.森迪、10.红旗、北京康鹿、荣士达。

该类投诉存在的主要问题有:

- 产品质量差
如车外壳断裂,电瓶质量差,充电行驶公里数达不到说明书宣传的效果,电路接触不良等问题。
虚假宣传
经营者在宣传材料中对产品质量、性能进行不真实、不准确或容易引人误解的表示。
售后服务问题
售后服务不及时、不到位。如维修人员素质差,修理时间过长,返修率高。

五、房地产类

2006年度共受理房地产类投诉457起,比2005年217起增加110%。涉及郑州大宇房地产开发有限公司、河南三星置业有限公司、河南汉飞置业有限公司等品牌94家。

- 该类投诉存在的主要问题有:
虚假宣传
部分经营者在销售过程中,通过图片、文字、现场展示、口头承诺等形式,向消费者提供不真实、不准确的信息或做出虚假承诺,如赠送属于公共部分的花园、绿地等。
合同欺诈
部分经营者通过不规范使用合同、单方选定合同条款等方式,减轻自己的责任,加大消费者的义务,如只规定消费者的违约责任,减轻或免除开发商逾期交房、配套设施不合格等违约责任。
开发商不履行法定义务,拒绝承担违约责任
开发商在出现逾期交房、配套设施不到位、面积缩水等问题时,利用各种方法推诿扯皮,拒绝承担违约责任。擅自改变房屋结构,增加消费者承担的公摊面积,强行搭配销售地下室,不按期履行备案义务,为消费者办理房产证造成困难。
开发商随意更改规划,侵占绿地,房屋质量不合格,售后服务差,出现问题后开发商和物业公司互相推诿。
产权证不能按期办理。
物业服务差,收费不合理。

六、洗涤服务类

2006年度共受理洗涤服务类投诉391件,比2005年度466件减少16%,涉及品牌10家,投诉量前2名排名如下:

- 1.康洁干洗店、2.海洁斯干洗店、航星干洗店、小天鹤干洗店、正章干洗店、丘比特干洗店。
该类投诉存在的主要问题有:

- 部分经营者收取衣物时,在洗涤凭证上标注服装状况不准确或随意填写服装损坏内容,如磨损、油渍、起球等,但不注明具体位置,出现问题后以此推诿责任。或者收取衣物时将可能出现的问题全部写上,一旦出现问题就规避责任。
以水洗冒充干洗,造成衣物损坏。
衣物损坏、丢失后拒绝承担赔偿责任。

七、汽车类

2006年度共受理该类投诉101件,比2005年度138件减少27%。涉及品牌27家,该类投诉存在的主要问题有:

- 质量问题
如购买后短时间内出现刹车失灵、发动机杂音、熄火等问题。
售后服务不完善
目前国家未制定汽车“三包”条款,部分生产者做出的“三包”承诺含糊不清,多数侧重于保护自身利益,不利于消费者维护自身合法权益。维修收费不合理,部分维修部门利用汽车质量问题缺乏鉴定机构的情况,把所有问题都归咎为消费者使用不当,逃避自身的“三包”责任。

八、计算机类

2006年度共受理该类投诉58起,比2005年度147起减少60%,涉及方正、能、金士顿等品牌34家。

- 该类投诉主要存在以下问题:
虚假宣传
部分经营者利用消费者缺乏专业知识的弱势地位,对产品质量、性能进行不真实、不准确或引人误解的虚假表示。
商品质量不合格,如死机、数据丢失等情况。
部分经营者销售假冒伪劣、拼装、水货产品。
售后服务不完善。

九、综合商场、超市、家电商场投诉排名情况

- 综合商场
综合商场共涉及丹尼斯、北京华联、中原商贸城、商业大厦、中环百货、郑州百盛购物中心、正道花园商厦等单位17家。
超市
超市共涉及思达超市、家世界、易初莲花、九头崖超市、家乐福超市、美嘉美超市、左右间超市、家中福超市等14家单位。
家电商场
家电商场共涉及永乐电器、河南五星电器、八方和盛电器有限公司等12家单位。

苏丹红、大头娃娃、假药事件等,这些曾报道过的热门维权话题,随着时间的流逝都已经走出了人们的记忆。但一次看似小小的消费经历,会改变生活,关系着消费者的权益。

从服务消费类投诉来看,通信服务类居首位,共1060起,占投诉总数的8%;其次是居民服务类共925起,占投诉总数的7%;修理维护类服务296起,占投诉总数的2%。与2005年相比,投诉类别排名相同,数量均略有下降。

营造和谐消费环境,实现消费和谐,是构建社会主义和谐社会的需要。但愿在全社会的共同努力下,“消费和谐”的美好愿景能成为现实。



3·15现场

共享和谐 通信新生活

一年一度的3·15消费者权益日,是企业跟消费者面对面沟通的最好时机。昨日,郑州市各通信企业围绕“消费和谐”这一主题开展了形式多样的宣传咨询活动。我们发现,过去质量是企业

郑州移动

3月15日这一天恰逢郑州移动“满意100”总经理接待日,在“满意100”总经理接待活动中,郑州移动总经理蔡志强来到营业厅前台与客户进行面对面的沟通交流,受理客户咨询、投诉,认真听取客户意见和建议。

在此次“3·15”活动中,郑州移动荣获了由郑州市工商局、郑州市消费者协会颁发的“2006年度郑州市消费维权先进单位”的荣誉称号。在活动现场移动工作人员为客户提供业务咨询、业务受理、免费手机保养等多种服务。



郑州移动总经理接待日活动现场。

郑州网通



中国网通(集团)河南有限公司郑州市分公司在3·15活动现场设立了客户咨询服务台,广泛征集客户意见。

郑州电信



中国电信集团郑州市分公司不断提升客户的满意度,努力为客户营造一个放心的健康的消费环境。

郑州联通



郑州联通公司现场接受群众投诉,举办了“话费清晰看得见”活动,对消费者进行“八项服务”的承诺,并获得“维权先进单位”称号。